

Bonus 110 per cento e il rischio morale del prezzo zero

di Emanuele Davide Ruffino e Cristina Naro

Il ministro dell'Economia Daniele Franco era stato categorico, se non di più affermando che «intorno al Superbonus è stata organizzata la più grande truffa della storia della Repubblica». Una truffa stimabile in 4,4 miliardi di illeciti, mentre l'Agenzia delle Entrate ha proceduto a sequestri per 2,3 miliardi di euro su un totale di 27,3 miliardi di investimenti ammessi dall'ENEA alla detrazione, su 155.543 asseverazioni (dati aggiornati al Aprile). Domanda: perché il problema è stato percepito con la dovuta enfasi soltanto ora?

La tematica si ripresenta ogni volta che si elargisce un prodotto/servizio gratuitamente, ma nella fattispecie si lascia addirittura presagire un guadagno superiore ai costi sostenuti, con la inevitabile conseguenza che si generino tentativi di profitto. Probabilmente Mario Draghi ha atteso il momento opportuno per stigmatizzare che “i prezzi degli investimenti necessari per le ristrutturazione sono più che triplicati perché il Superbonus 110%, di per sé, toglie l'incentivo alla trattativa sul prezzo”.

Un Paese fondato sugli incentivi

Con un po' di umorismo si potrebbe sostenere che “l'Italia è una Repubblica fondata sugli incentivi”, perché senza di essi il sistema di blocca. In effetti quando una nazione poggia le basi non più sulle regole economiche, ma su un vortice di imposte tra le più alte al mondo e distribuzione di incentivi superiori al

100%, il meccanismo non è sostenibile nel lungo periodo. E così dopo una fase di rapida crescita, oltre al ridurre le capacità di contrattazione, la domanda dei prodotti edili che ne è generata, ha portato ad un aumento vertiginoso dei prezzi fino a superare il 300% (contribuendo alla ripartenza dell'inflazione).

Il non sincronismo degli interventi, con proroghe e promesse di proroghe, induce inoltre gli operatori ad operare in situazioni di costante incertezza che inducono a profonde disequilibranze, generate anche dalla rapidità con cui gli uffici rispondono alle richieste e, peggio ancora, dalla fretta delle imprese nel raggiungere i parametri richiesti (il 30% dei lavori entro 30 giugno) con evidente stress alle aziende edili: pressione che non giova certo al rispetto delle norme di sicurezza, oltre a ridurre le potenzialità programmatiche.

Concettualmente il prezzo di un prodotto e gli aspetti fiscali ad esso collegati possono costituire un utile strumento per incentivare il consumo dei *merit good* e scoraggiare i consumi di scarsa utilità sociale. Diventa quindi necessario stabilire chi definisce quali sono i benefici da perseguire con maggiore determinazione e priorità. In passato era sufficiente agire su un sistema di tariffe pubbliche, il cosiddetto prezzo zero o prezzo politico, per trasformare il consumo di un bene, in una politica di welfare.

Il presupposto era che il sistema tariffario potesse incidere sul valore monetario con cui venivano erogate le prestazioni affinché tutti potessero accedervi ma, quando si raggiunge la gratuità, si rischia di espandere la domanda in forme potenzialmente illimitate, anche oltre l'utilità marginale. Se però il beneficio prodotto è inferiore alle risorse impiegate, il sistema produce diseconomie e sprechi.

A sostenere la loro produzione rimangono i pochi che se ne avvantaggiano, a fronte della maggioranza che ne deve sostenere il costo nel lungo periodo. Alla denuncia della non razionalità del provvedimento servirebbe ora gerarchizzare gli interventi e i consumi ricercando l'estremo opposto, cioè attivare quelle ipotesi di lavoro che, a fronte di un modesto consumo di risorse, producano un reale benessere (qui si rischia invece che, per rifare le facciate, manchino poi i fondi per potenziare le energie alternative).

La necessità della funzione regolatrice per la società

Il tentativo di gestire un nuovo insieme di comportamenti economici e quali indicatori possono verificare l'effettiva capacità d'interpretare gli andamenti, induce ad assumere decisioni che nascono da precise valutazioni a fronte di

precise informazioni ricavabili solo con la predisposizione di apposite banche dati e di una nuova coscienza manageriale. I processi per acquisire maggiori conoscenze diventano essi stessi *start up* che possono generare comportamenti densi di conseguenze sia di carattere economico-finanziario che organizzativo-funzionali.

Il prezzo zero o il superincentivo annullano invece la possibilità di verificare l'utilità ricavata da un soggetto o dalla collettività, in rapporto al sacrificio che si deve sopportare per poter disporre di quel determinato bene, con il rischio di un suo uso non corretto, con conseguenze diseducative (evidenziando così, al di là delle conseguenze economiche, un aspetto immorale).

Viene infatti impedito il calcolo dell'elasticità della domanda rispetto al prezzo, sia sotto un profilo matematico (in quanto è impossibile dividere un numero per zero), sia economico (in quanto viene a mancare il sacrificio che un soggetto deve sopportare per fruire di un bene o servizio), generando così un *moral hazard* (letteralmente "rischio morale", volto a sottolineare la possibilità che i fruitori di un servizio gratuito, offerto cioè a prezzo zero, pensino che questo non abbia alcun costo reale).

In economia si usa ricordare che "non esistono pranzi gratuiti" per cui occorre sempre considerare la reattività della quantità domandata ad una variazione, anche minima, del prezzo; ma se il prezzo diventa pari a zero il suo consumo tende all'infinito, senza che si attivi nessuna funzione regolatrice. L'allettare una persona o una collettività che un servizio non si paga, induce a perdere coscienza del valore stesso di ciò che si offre, con la conseguente diffusione di una serie di diseconomie a danno proprio di quei soggetti che si vorrebbero tutelare con la gratuità dell'offerta.